

A NECESSIDADE DE NOVOS ESPAÇOS DE TRABALHO PARA CRIADORES DE CONTEÚDO DIGITAL

THE NEED FOR NEW WORK SPACES FOR DIGITAL CONTENT CREATORS

¹SIMÕES, Camila Alana; ²SORDI, Cléber

^{1e2}Departamento de Arquitetura e Urbanismo – Centro Universitário das
Faculdades Integradas de Ourinhos – Unifio/FEMM

RESUMO

A Internet já se tornou algo intrínseco na sociedade atual e a partir dela as redes sociais e o Youtube passaram a fazer parte da mídia com uma força a ser levada em consideração, movimentando a economia e gerando novas profissões. A presente pesquisa se aplicará em uma proposta arquitetônica na cidade de São Paulo de um espaço multifuncional com estúdios e estruturas para que criadores de conteúdos digitais possam desenvolver seu trabalho. Foram utilizados referenciais teóricos pautados na história da Internet, do Youtube, dos criadores e os meios que são necessários para a criação. Dessa forma foi concluída a necessidade de novos espaços adequados para essas novas profissões, principalmente na cidade de São Paulo, por ter grande influência no cenário global e por abrigar grande parte dos influenciadores.

Palavras-chave: Criadores de Conteúdo; Youtube.; Internet; Entretenimento; São Paulo.

ABSTRACT

The Internet has already become something intrinsic in today's society and from it social networks and Youtube have become part of the media with a force to be taken into account, moving the economy and generating new professions. This research will apply to an architectural proposal in the city of São Paulo of a multifunctional space with studios and structures so that digital content creators can develop their work. Were used theoretical references based on the history of the Internet, Youtube, the creators and the means that are necessary for the creation. Thus, the need for new spaces suitable for these new professions was concluded, especially in the city of São Paulo, for having great influence on the global scenario and for housing a large part of the influencers.

Keywords: Content Creators; Youtube. Internet; Entertainment; São Paulo.

INTRODUÇÃO

Entretenimento pode ser definido por qualquer ação, evento ou atividade com o objetivo de gerar interesse de um público. O entretenimento passou a ser considerado como algo que proporciona diversão e lazer no tempo livre das pessoas. Muitas formas de entretenimento atravessam ao longo da história e das culturas, como por exemplo, o teatro, a música, a dança, a narrativa. Outras surgem conforme a evolução tecnológica e cultural, como o cinema, o rádio e a televisão. (HISOUR, [s.d.]

Com o passar do tempo, mais especificamente em 1993, surgiu uma tecnologia revolucionária na vida humana, a Internet. Ela pode ser definida como uma rede de computadores distribuída por todo o planeta que trocam dados através de um protocolo comum (SIGNIFICADOS, 2017).

O surgimento da Internet possibilitou a criação das redes sociais e a ascensão de plataformas como o Youtube, que incentivaram o nascimento de novas profissões, como por exemplo os criadores de conteúdo digital. Um criador de conteúdo pode ser definido como um profissional que atua na produção de conteúdo para a Internet (FUTUROTOPIA, 2019).

Com base nessa revolução do entretenimento e da mídia que nossa geração está presenciando, o presente trabalho tem como objetivo pesquisar os meios que essa nova profissão precisa para o desenvolvimento de seus trabalhos de criação e produção, analisando os novos métodos tecnológicos e a nova forma de comunicação que as mídias digitais exigem, e através disso propor o projeto de um espaço multifuncional na cidade de São Paulo, com estúdios e equipamentos necessários para que esses profissionais possam usufruir e evoluir da melhor forma na sua profissão de uma maneira mais acessível.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do tema foi necessária uma pesquisa em busca do entendimento do surgimento das plataformas midiáticas e principalmente, conhecer o principal ambiente onde elas são hospedadas, a Internet. A partir disso conhecer a nova profissão de criadores de conteúdo digital e entender suas necessidades para executarem seus trabalhos. Para isso foi realizado consultas em fonte de livros, artigos e *sites*.

DESENVOLVIMENTO

A história da Internet está ligada aos primeiros modelos de computadores que surgiram nos anos 50, eram máquinas grandes e pesadas, conectadas à energia elétrica, usadas exclusivamente em laboratórios científicos para fins profissionais em países pioneiros, como Estados Unidos, Inglaterra e França, nessa época ainda não havia fabricantes e distribuição em grande escala.

Nos anos 60, em um desses laboratórios, o Departamento de Defesa dos Estados Unidos começou a desenvolver uma rede que interligava computadores locais em uma rede privada, que foi chamada de ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*). Esta rede serviu, sobretudo, a propósitos militares, era uma forma do governo norte-americano se proteger e garantir a fluência das comunicações, caso a Guerra Fria e os momentos posteriores ao evento histórico

fossem favoráveis à ascensão da União Soviética. Foi o projeto inicial da ARPANET que inspirou diversos projetos para desenvolver uma rede que fosse capaz de conectar computadores em todo o mundo, principalmente nas universidades de tecnologia. (Andrei L., WEBLINK, 2019)

Na década de 80, uma pesquisa do cientista Tim Berners-Lee resultou na *World Wide Web* (WWW), em seu laboratório no CERN, na Suíça, o britânico interligou documentos de hipertexto em sistemas de informação, acessíveis de qualquer ponto daquela rede. Berners-Lee também é o criador do HTML, uma linguagem de marcação usada na criação de sites, e do HTTP, o principal protocolo que estabelece as conexões de internet em todo o mundo. Ele ainda criou o primeiro navegador de internet, o *WorldWideWeb*, em 1990, ano em que lançou a primeira página de Internet em um formato muito similar ao que temos atualmente. Ela era hospedada em um servidor de rede, também criado pelo cientista. Em 1991, Lee percebeu que sua criação só se tornaria popular caso fosse acessível a quem quisesse experimentar e criar sua própria página na *web*, para isso, ela não deveria incluir custos. Então, em abril de 1993, foi mundialmente anunciado que a Internet seria pública e isenta de taxas para usar e para criar qualquer tipo de projeto online. Foi assim que as portas de acesso à rede foram abertas para usuários em geral, que puderam se juntar a essa comunidade online inédita e começar a interagir com outras pessoas. (Andrei L., WEBLINK, 2019)

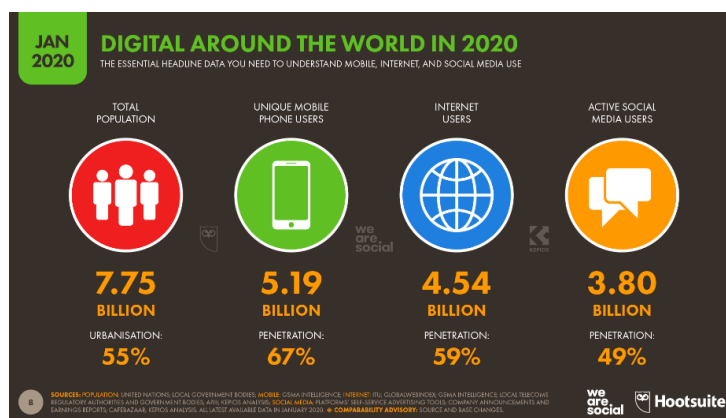
Desde então, a Internet foi a responsável por transformar a sociedade. O cotidiano mudou a forma como as pessoas passaram a consumir informação, cultura, serviços, produtos, entretenimento e conhecimento. As fronteiras e a distância entre as pessoas diminuíram drasticamente. As relações pessoais, familiares, profissionais e comerciais ficaram cada vez menores, praticamente instantâneas. As discussões também ficaram mais democráticas e acessíveis. Enquanto isso, *sites* começaram a se modernizar em qualidade de conteúdo e design de páginas, garantindo um fluxo crescente de acesso de usuários.

Segundo Véronique Dumas (2014), a Internet revolucionou o funcionamento tradicional das sociedades modernas assim como a imprensa, a máquina a vapor, a eletricidade e o rádio. Uma Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), realizada em 2009 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apontava que 67,9 milhões de brasileiros estavam conectados à Internet, ou seja, crescendo 71% entre os anos de 2005 e 2009. Desta forma, o autor Manuel Castells,

em seu livro “A Sociedade em Rede” (2007, p. 439), aponta que a Internet tem tido um índice de penetração mais veloz do que qualquer outro meio de comunicação na história. O autor ainda utiliza como exemplo o caso dos Estados Unidos, onde menciona que o rádio levou trinta anos para chegar a sessenta milhões de pessoas no país, a televisão alcançou esse nível de difusão em 15 anos e por fim, a Internet o fez em apenas três anos. A Internet alcança pessoas a uma velocidade jamais antes imaginada para um meio de comunicação em um período tão curto.

Hoje em dia mais da metade da população mundial já conta com acesso à Internet, segundo o último relatório Digital in 2020, divulgado pelos serviços *online* Hootsuite e We Are Social. Segundo dados de um levantamento da Visual Capitalist, uma consultoria norte-americana de negócios para investidores, em um único minuto é realizado 1 milhão de *logins* no Facebook, 41,6 milhões de mensagens enviadas no Facebook Messenger e no WhatsApp, 3,8 milhões de buscas no Google, 4,5 milhões de vídeos vistos no YouTube, 390 mil aplicativos baixados na Google Play e na Apple Store, 87 mil pessoas tuitando, 695 mil horas de vídeos assistidas na Netflix e 347 mil *scrolls* no Instagram.

Figura 1 – Estatísticas Globais da Internet



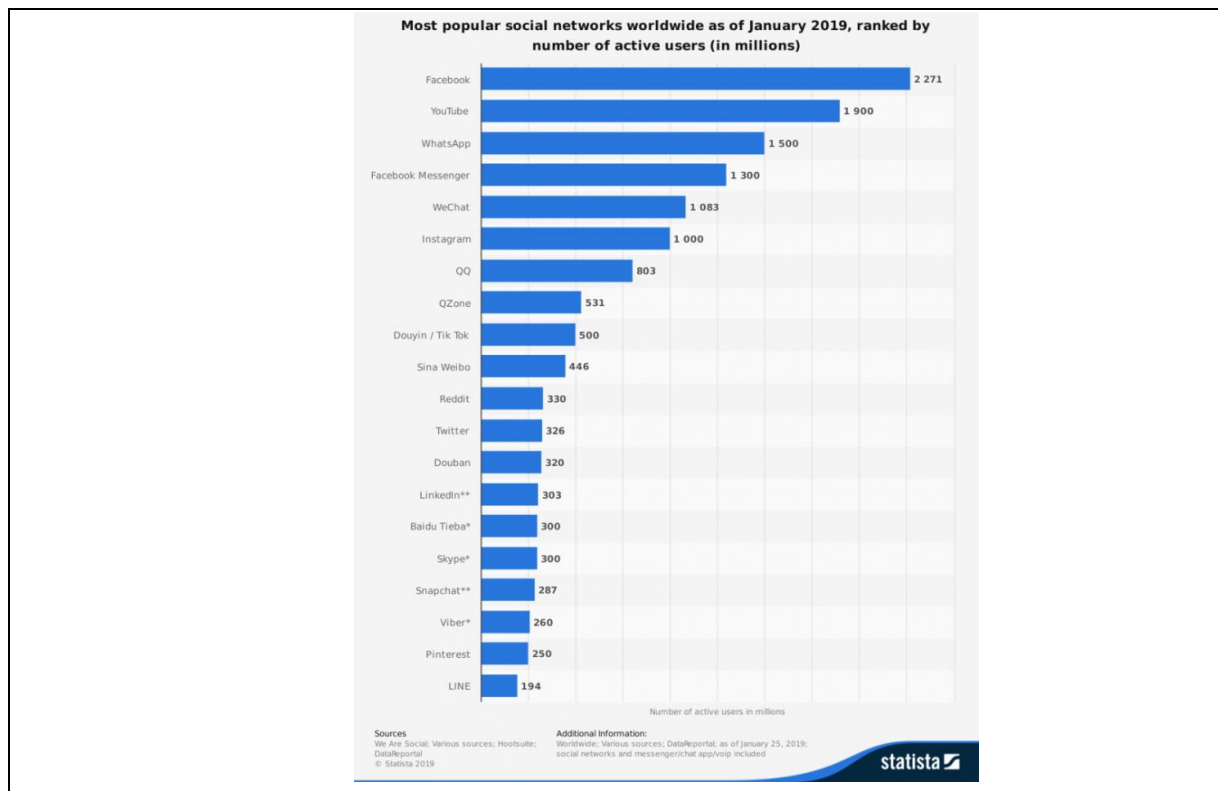
Fonte: <<https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>>. Acesso em: 01 de junho de 2020.

A Internet chegou para se firmar como uma das tecnologias mais usadas diariamente pelas pessoas, qualquer atividade pessoal ou profissional pode ser executada com os recursos e as ferramentas disponibilizadas na Internet, que além dos computadores, está presente em aparelhos celulares, dispositivos móveis, videogames, eletrodomésticos e até em relógios inteligentes. Em cerca de 50 anos, a transformação trazida pela tecnologia revolucionou a forma como as pessoas se

comunicam e se comportam. A Internet passou a ser uma forte influência na sociedade, na economia e na política, se tornando inclusive uma forma de emprego. Não existe mais uma vida sem ela, pelo contrário, a evolução tecnológica é constante a fim de se tornar ainda mais presente em nossas vidas.

O ser humano é um ser social, portanto possui a necessidade de se relacionar com os seus próximos, dessa forma, ainda na década de 90, iniciou-se a criação das redes sociais, que facilitou as conexões sociais entre pessoas, grupos ou organizações que compartilham dos mesmos valores ou interesses. A primeira delas foi em 1995 com o Classmates, uma página de interação para estudantes dos Estados Unidos e Canadá trocarem conhecimento ou marcar encontros, que chegou a ter mais de 50 milhões de usuários. Em 2002 apareceu o Fotolog, uma rede social para compartilhar fotografias onde os usuários publicavam atividades pessoais com breves descrições das suas rotinas, ainda na ativa, conta com mais de 32 milhões de usuários espalhados por 200 países. Em 2003, vieram o LinkedIn, para assuntos profissionais e vagas de emprego, e o MySpace, blog para compartilhar conteúdos pessoais, fotos, vídeos e arquivos de áudio, atualmente contam com mais de 175 milhões e 25 milhões de usuários respectivamente. Em 2004 marca a explosão da popularidade das redes sociais, foi neste ano que surgiram o Orkut, do Google, que foi desativado, e o Facebook, criação de Mark Zuckerberg, que hoje conta com 2,3 bilhões de usuários. Em 2005, o YouTube foi lançado por três ex-funcionários do PayPal, a plataforma chegou como uma solução definitiva para produzir, editar, compartilhar e consumir conteúdos em vídeo, hoje conta com mais de 1,9 bilhão de usuários. O Twitter chegou em 2006 para compartilhamento de conteúdo de forma mais ágil, atualmente, a rede conta mais de 326 milhões de usuários ativos. Já o Instagram foi lançado em 2010, uma criação conjunta dos engenheiros de software norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, focada em fotografias, conta com mais de 1 bilhão de usuários. (Andrei L., WEBLINK, 2019)

Figura 2 – Ranking das Redes Sociais com Maior Número de Usuários Ativos



Fonte: Disponível em <<https://www.tracto.com.br/usuarios-ativos/>>. Acesso em: 01 de junho de 2020.

De acordo com os *rankings* Alexa, o YouTube é o segundo site mais visitado do mundo, ficando atrás apenas do Google, proprietário da plataforma. Segundo Jean Burgess e Joshua Green (2009, p.17), o Youtube foi fundado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do site de comércio on-line PayPal, o site Youtube foi lançado oficialmente sem muito alarde em junho de 2005. A inovação original era de ordem tecnológica (mas não exclusiva): o Youtube era um entre os vários serviços concorrentes que tentavam eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet. O site disponibilizava uma interface bastante simples e integrada, dentro da qual o usuário podia fazer o upload, publicar e assistir vídeos em *streaming* sem necessidade de altos níveis de conhecimento técnico. O Youtube não estabeleceu limites para o número de vídeos que cada usuário poderia colocar online e ofereceu funções básicas de comunidade. O momento de sucesso chegou em outubro de 2006, quando o Google pagou 1,65 bilhão de dólares pela plataforma. Em novembro de 2007, ele já era o site de entretenimento mais popular do Reino Unido. No começo de 2008, de acordo com vários serviços de medição de acessos, já figurava de maneira consistente entre os

dez sites mais visitados do mundo. Em abril de 2008, já hospedava algo em torno de 85 milhões de vídeos. (2009, p.18)

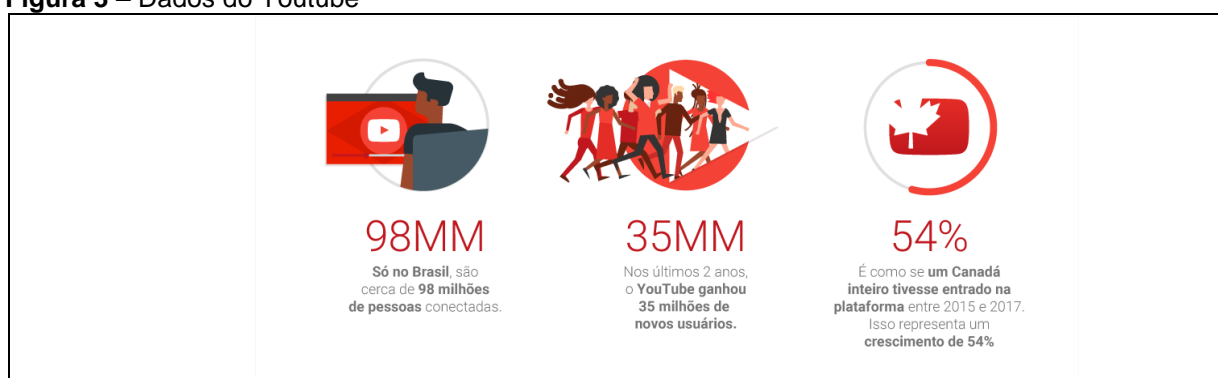
Como empresa de mídia, o Youtube é uma plataforma e um agregador de conteúdo, embora não seja uma produtora do conteúdo em si, o Youtube na realidade não está no negócio de vídeo – seu negócio é, mais precisamente, a disponibilização de uma plataforma conveniente e funcional para o compartilhamento de vídeos *online* (2009, p.21). Segundo Caroline Kurovski (2015), não há dúvidas de que se trata de um *site* de ruptura cultural e econômica. Com a plataforma, o consumo de mídia deixou de ser apenas uma leitura para se tornar um modelo efetivo de criação de conteúdo. Jean Burgess e Joshua Green (2009) citam que o Youtube não tem preocupações quanto a origem dos vídeos, uma vez que eles são valorizados de acordo com seu gênero e seus usos dentro do site, assim com sua relevância na vida cotidiana dos usuários, e não pelo fato de ser um upload feito por um estúdio de Hollywood, uma empresa de Web TV ou por um videoblogueiro amador. Assim, a Youtube Inc. é vista como a “patrocinadora” da criatividade coletiva.

O Youtube é onde os assuntos surgem e são amplificados. Ele pauta as conversas e é uma referência essencial para entender o que é relevante hoje em conteúdo e cultura. A plataforma está disponível em mais de 90 países e suporta 80 idiomas, mais de 500 horas de vídeo são carregadas a cada minuto. Hoje, o Youtube atinge mais pessoas de 18 a 49 anos que a TV a cabo, é uma audiência engajada, com poder de compra e que não consome conteúdo passivamente. Além do público de 18 a 24 anos, vem crescendo uma grande afinidade entre os *targets* de 25 a 44 anos, a quantidade de pessoas nessa faixa etária já corresponde a quase um quarto dos usuários do Youtube e é onde há o maior crescimento de novos usuários (THINK WITH GOOGLE, 2017).

O Brasil é um país com grande participação no crescimento do Youtube. O brasileiro não consome outro meio com o mesmo volume que consome vídeo, passando 4h30 por dia em telas, o que coloca o Brasil na posição de segundo maior mercado mundial na plataforma em horas de vídeo assistidas. Só no Brasil, são cerca de 98 milhões de pessoas conectadas. (THINK WITH GOOGLE, 2017).

Segundo dados divulgados pela ComScore, uma das principais empresas de medição do mundo digital, no ano de 2013 o Brasil teve uma audiência para vídeos *online* que alcançou 43 milhões de espectadores único. Os números dizem respeito ao mês de dezembro de 2012 e mostram ainda que o Youtube é o maior destino de vídeos no país. A análise apontou ainda que o mercado brasileiro está entre os dez maiores do segmento, e na ocasião ocupava a sétima posição.

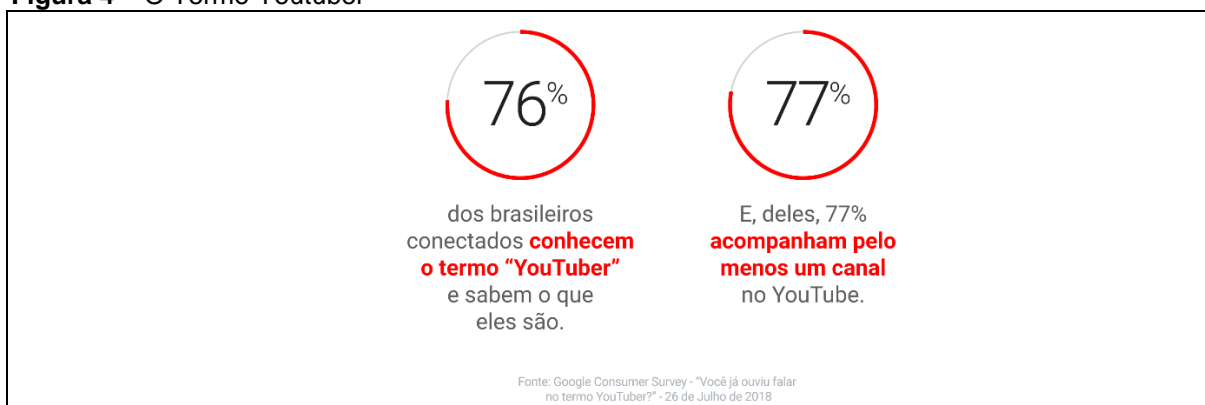
Figura 3 – Dados do Youtube



Fonte: Disponível em <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/>>. Acesso em: 01 de junho de 2020.

Antes da era digital, o poder da comunicação de massa estava nas mãos de grandes grupos de comunicação, onde as conversas eram unilaterais através de jornais, revistas, rádio e televisão. Com a Internet isso mudou, as pessoas passaram a ter o poder da comunicação, principalmente através do Youtube. Na plataforma as pessoas conectadas têm acesso a uma infinidade de conteúdos, e podem escolher os temas que se interessam e assistir em qualquer local com acesso e em qualquer horário.

Se existe essa demanda de telespectadores existe também a demanda do conteúdo, é onde surgem os *creators* ou *youtubers*, que são os produtores dos conteúdos audiovisual, que escrevem, filmam, editam e estrelam boa parte dos vídeos mais assistidos na plataforma. (THINK WITH GOOGLE, 2019)

Figura 4 – O Termo Youtuber

Fonte: Disponível em <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/creators-connect-o-poder-dos-youtubers/>>. Acesso em: 01 de junho de 2020.

O fato de o Youtube ter uma forma mais livre de trabalho e comunicação, onde os criadores podem produzir vídeos caseiros, com linguagem acessível, o público acaba criando uma relação mais real e íntima, o que fez com que o público e os artistas da televisão também migrassem para a plataforma. Com toda essa transformação de entretenimento e informação, os criadores passaram a ser fortes influenciadores de comportamento, o que fez nascer uma das profissões mais desejadas da atualidade, os criadores e influenciadores digitais. (THINK WITH GOOGLE, 2019).

Figura 5 – A Influência dos Youtubers

Fonte: Disponível em <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/creators-connect-o-poder-dos-youtubers/>>. Acesso em: 01 de junho de 2020.

Os anunciantes passaram a investir no *marketing* digital e procurar esses criadores para divulgação de suas marcas e inclusive para criação de produtos e linhas em parceria com esses profissionais. (THINK WITH GOOGLE, 2019).

Figura 6 – Comparação da Percepção dos Anúncios

Fonte: Disponível em <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/creators-connect-o-poder-dos-youtubers/>>. Acesso em: 01 de junho de 2020.

Além disso, o próprio Youtube remunera os seus criadores através da monetização dos vídeos. Desde 2017, o número de criadores de conteúdo no Youtube que recebem cinco dígitos anualmente cresceu 35% e os que ganham

seis dígitos por ano subiu 40% – com a maioria do dinheiro proveniente dos anúncios. Os criadores podem oferecer também assinaturas pagas aos seus inscritos, que recebem em troca um conteúdo *premium*.

O trabalho dos *creators* é gerar um bom conteúdo na Internet, para isso é preciso dispor de um espaço e alguns equipamentos, entre eles estão:

- luzes para uma boa iluminação;
- câmeras de alta qualidade;
- tripés para garantir uma estabilidade da imagem;
- guias, que são estruturas móveis que geram movimento de câmera;
- microfones para uma boa experiência de áudio.

Por ser um investimento alto ou então por não possuir um espaço adequado disponível, os profissionais podem optar por gravar seus vídeos em estúdios, que além de tudo, dispõem de opções ainda mais inovadoras, como a tecnologia de *chroma key*, salas técnicas para edições profissionais, materiais que possibilitam transmissões ao vivo, uma garantia maior de não ter retrabalho por falhas técnicas, entre outras coisas que acabam tornando essa uma opção bem vantajosa. (VOXEL DIGITAL, c2019)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração do presente trabalho teve como principal objetivo realizar estudos e pesquisas para a elaboração de um projeto de um espaço multifuncional para atender aos criadores de conteúdo digital. Para isso foi preciso entender como funciona um espaço para o objetivo citado.

No Brasil é possível perceber a carência de conteúdos arquitetônicos que abordem as especificidades e materiais necessários para a boa funcionalidade de estúdios de produção, seja de vídeo, áudio ou fotografia.

A escolha do projeto se deu pela crescente importância que os conteúdos nas mídias digitais estão tomando na sociedade atual. A cidade do Rio de Janeiro é considerada o núcleo do entretenimento no Brasil, por situar um dos principais estúdios da Rede Globo. Já a cidade de São Paulo, mesmo sendo o centro financeiro do país, influente no cenário global, e abrigar grande parte dos influenciadores do

país, carece nessa área. O intuito é criar na cidade um conceito e uma referência na área da produção artística.

REFERÊNCIAS

BUGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade / Com textos de Henry Jenkins e John Warley; tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Vol. 1. 8. ed. Paz e Terra. 1996.

DUMAS, Véronique. A origem da internet. **Revista Historien**, 10 de ago. de 2011. Disponível em: <<http://revistahistorien.blogspot.com/2011/08/origem-da-internet.html>>. Acessado em 01 de jun. de 2020.

ENTENDA o poder do YouTube. **Think with Google**, jul. de 2017. Disponível em: <https://www-thinkwithgoogle-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/entenda-o-poder-do-youtube/amp/?usqp=mq331AQIKAGwASDAAQE%3D&_js_v=0.1#aoh=15878410223494&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Fonte%3A%20%251%24s&share=https%3A%2F%2Fwww.thinkwithgoogle.com%2Fintl%2Fpt-br%2Fadvertising-channels%2Fv%25C3%25ADdeo%2Fentenda-o-poder-do-youtube%2F>. Acessado em 01 de jun. de 2020.

FORMAS de Entretenimento. **Hisour**, [s.d.]. Disponível em: <<https://www.hisour.com/pt/forms-of-entertainment-35994/>>. Acessado em 29 de mar. de 2020.

KUROVSKI, Caroline. **PLATAFORMA YOUTUBE, PRODUÇÕES INDEPENDENTES E EDUCOMUNICAÇÃO**: possibilidades para um saber alternativo. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/43498/PLATAFORMA%20YOUTUBE%2c%20PRODUCOES%20INDEPENDENTE%20E%20EDUCOMUNICACAO%20possibilidades%20para%20um%20saber%20alternativo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acessado em 01 de jun. de 2020.

ANDREI, L. **A História da Internet**: Do Início ao Status Atual da Rede. **WebLink**, 08 de ago. de 2019. Disponível em: <<https://www.weblink.com.br/blog/historia-da-internet/>>. Acessado em 01 de jun. de 2020.

MELO, Sergio; ABIBE, Antonio. **Creators Connect**: o poder dos YouTubers. **Think with Google**, fev. de 2019. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/creators-connect-o-poder-dos-youtubers/>>. Acessado em 01 de jun. de 2020.

OSMAN, Maddy. Estatísticas e Fatos Surpreendentes do Youtube. **Kinsta**, Acessado em 20 de jun. de 2019.

REGGIANI, Carolina. Como funciona e o que você encontra em um estúdio de gravação? **Voxel Digital**, c2019. Disponível em: <<https://www.voxeldigital.com.br/blog/estudio-de-gravacao-para-web/>>. Acessado em 01 de jun. de 2020.

ROSA, Gabriel. Novas profissões estão surgindo: Criador de Conteúdo. **Futurotopia**, 12 de jan. de 2019. Disponível em: <<https://novo.futurotopia.com/2019/01/12/novas-profissoes-criador-de-conteudo/>>. Acessado em 29 de mar. de 2020.

SIGNIFICADO de Internet. **Significados**, 29 de dez. de 2017. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/internet/>>. Acessado em 29 de mar. de 2020.